

# REPRESENTACIÓN DE LA VIOLENCIA EN NUESTRO TIEMPO. BAJO EL PRISMA DE LA RETÓRICA VISUAL

Silvia Nuere Menéndez-Pidal y María Del Carmen Moreno Sáez

Universidad Complutense de Madrid

*“En toda comunicación se emplea un lenguaje, pero no todos los lenguajes usan palabras...”*  
Peter Bonnici

Vivimos en un mundo en el que cada vez nos rodean más imágenes, creando así una cultura visual que podríamos definir como un sistema general de formas simbólicas a las que se accede por el sentido de la vista y que dota de significado al mundo en el que viven las personas que pertenecen a dicho sistema. La cultura visual es una de las herramientas que construye el significado de la mente, es decir el sistema que da sentido a nuestras vidas pero que a su vez influye en la forma de percibir y de interpretar.

El lenguaje que trataremos será el visual, es decir basado en imágenes, fuente esencial de este sistema de comunicación diferenciado del que se basa en la palabra a la que estamos más acostumbrados. Hay por supuesto un nivel instintivo, en virtud del cual el ojo humano capta la imagen y, una vez inscrita dentro de un segmento preciso de tiempo, la transmite al cerebro. Pero junta a él hay, incluso en su forma más simple, dos niveles de percepción subyacente: el nivel descriptivo, en el que se perciben las líneas y formas de la imagen que sistematizan una determinada configuración; y un nivel simbólico, en el que a partir de los elementos constitutivos de la imagen, se procede a su interpretación.

Como ya hemos comentado, en este acto comunicativo está presente tanto el aspecto objetivo y el aspecto subjetivo. Hablamos así de un primer plano denotativo o de descripción objetiva de los elementos que percibimos y de un segundo plano connotativo o de significación subjetiva de los mismos. Es en este nivel en el que la comunicación adquiere su fuerza transmisora, a través de los mecanismos retóricos, como ya lo estableció Roland Barthes en 1964. Mediante la retórica se emplean ciertos conceptos para transmitir un sentido distinto del que propiamente les corresponde, existiendo entre el sentido figurado y el propio, alguna conexión, correspondencia o semejanza.

Los mensajes visuales adquieren entonces su significado mediante la sintaxis del lenguaje visual, es decir con el uso de las distintas figuras retóricas. Una metáfora, una hipérbole, una antítesis o una prosopopeya, por ejemplo, sirven para reforzar e intensificar una idea, aparentemente oculta o disimulada a primera vista.

La Retórica Visual empieza a aplicarse (consciente o inconscientemente) en la publicidad, en la que tanto el texto como la imagen contribuyen por igual en la creación del mensaje y en la relación pragmática con el receptor. Pero también el arte se beneficia de esta nueva forma de comunicar y son muchos los artistas que harán uso de la retórica para reforzar su discurso.

## Breve introducción a la comunicación

Es conveniente hacer un repaso de la comunicación visual, partiendo de la evolución de la semiótica de Saussure y de Peirce a principios de siglo, de donde surge la semiótica moderna que coincide así con la teoría de la comunicación.

La teoría de la comunicación se abre hacia la siguiente reflexión: si el significado y el sentido de los signos se genera en las relaciones pragmáticas de la interacción, el pacto sobre ese significado es lo que da coherencia y sentido al ordenamiento social. Como lo define Martín Serrano, podemos considerar a ésta como una disciplina científica que analiza la capacidad biológica y cultural de las relaciones de intercambio y sus objetos simbólicos.

Según Habermas, y considerando la comunicación como el estudio del proceso de intercambio de mensajes en un sistema de interacción entre los seres humanos, el pacto comunicativo es el único que puede legitimar una sociedad. La norma sobre la expresión humana será fruto del pacto de todos los hablantes de una comunidad semiótica o comunicativa.

El emisor del mensaje dispone de un canal por el que las señales llegan hasta el receptor y así esas señales serán diferenciadas del resto de las variaciones energéticas que percibe del entorno.

Otra necesidad para que haya comunicación es el conocimiento de unos instrumentos como conjunto de órganos biológicos o tecnológicos que aseguren el acoplamiento entre la producción del mensaje y su recepción.

El Actor es capaz de representarse las cosas, los seres y las situaciones como objetos de referencia, de aquello a propósito de lo que se comunica dentro de la interacción comunicativa. La pauta expresiva mediante la cual el emisor asocia un repertorio de expresiones a la designación de un objeto de referencia, y la pauta perceptiva mediante la cual el receptor asocia un repertorio de perceptos a un objeto de referencia son modalidades de comportamiento que están coordinadas por las representaciones.

El ámbito de la comunicación abarca al mundo natural, humano, divino y sólo ella permite su conexión y su cohesión a la vez que pone de manifiesto sus diferencias e identidades. La comunicación puede, de hecho, existir hasta en el silencio.

La comunicación es un sistema que exige de la respuesta, definido como un conjunto de elementos entre los cuales existe algún grado de organización, que influye en el flujo sucesivo de mensajes, es decir de

la retroalimentación. La predicción del comportamiento de un sistema social depende del conocimiento acerca del mismo y de los distintos estados que éste puede adoptar sin transformarse en otro.

Manuel Martín Serrano nos habla de las razones por las cuales las relaciones comunicativas están tan íntimamente unidas con las relaciones humanas. Toda comunicación es una relación que reclama dos entidades diferentes para establecer un contacto entre sí. No hay que considerar la comunicación como exclusivamente una acción desarrollada por un sujeto, sino que otro sujeto termina por dar sentido a esa acción: es una interacción.

Esta interacción comunicativa está mediada por símbolos, y la estructura fundamental de la relación que la sustenta es la de intercambio. La estructura lengua-habla procedente de Saussure, presupone que en la lengua es donde se encuentra la percepción profunda del sentido y de la significación.

Pero el sentido de una expresión es algo más que su significado, y esa representación dentro del código de la lengua está en las alternativas posibles de la situación comunicativa concreta en que esa expresión se produce. Como dice Morris, el discurso es el equivalente a la interacción comunicativa en la que se manifiestan aspectos sintácticos, semánticos y pragmáticos. (MARTÍN SERRANO, M. 1982) y el sentido proviene de cómo se usa en cada caso concreto esas reglas, proviene así de la dimensión pragmática.

En las modernas teorías semióticas, como afirma Wittgenstein en su teoría formal, la perspectiva hegemónica es la perspectiva pragmática: “el significado de las palabras es su uso en el lenguaje”.

Podemos ampliar la definición de comunicación y considerar ésta como una forma de comportamiento (cualquier actividad de un ser vivo orientado a satisfacer sus necesidades), que se sirve de actos expresivos en vez de actos ejecutivos. (MARTÍN SERRANO, M. 1982)

## Comunicación visual

La teoría de la comunicación nació como un saber instrumental sin una perspectiva propia para acotar un campo del saber y sin un fin en el conocimiento. En la pretensión de dar una explicación comunicativa a la evolución biológica y cultural, André Leroi-Gouhran considera que existen interacciones entre la actividad cultural y el desarrollo biológico. Según él, la clave de la evolución está en la posición erguida y la liberación de las manos que permite dotar al hombre de un órgano de pensamiento manipulando instrumentos. Así su capacidad expresiva se va desarrollando y se amplía con expresiones más o menos permanentes. Fija en soportes físicos la experiencia adquirida y aprende a diferenciar a los otros miembros del grupo. Estas pautas establecidas terminan en verdaderos lenguajes que se vinculan a representaciones del mundo y forma interpretaciones. El mecanismo fundamental entre lo biológico y lo cultural es la comunicación. Para Leroi-Gouhran la actividad artística del hombre primitivo es sinónimo de actividad comunicativa. (LEROI-GOUHRAN, A. 1970)

Se define entonces la capacidad comunicativa como la conquista de la naturaleza: evolución, desarrollo, ampliación del universo vital y biológico con un universo cultural sobre el que se proyecta el espíritu del hombre.

Puesto que nos movemos en un ambiente caracterizado por movimientos artísticos de vanguardia, que han llevado a cabo un despiece y análisis de los distintos componentes de la imagen y sus significados, es necesario conocer el mecanismo, el funcionamiento de estos modos de comunicación, que si bien no han anulado la comunicación escrita, nos están abriendo nuevas posibilidades al enriquecer el campo del conocimiento sensible ya que como recuerda Leo Steinberg: “el ojo es parte de la mente”. (DONDIS, D. 2000, p.11)

Según Koestler en *The Act of Creation*, “El pensamiento en conceptos emergió del pensamiento en imágenes a través del lento desarrollo de los poderes de abstracción y simbolización, de la misma manera que la escritura fonética emergió, por procesos similares, de los símbolos pictóricos y los jeroglíficos.” De esta

progresión podemos sacar una gran lección para la comunicación. La evolución del lenguaje comenzó con imágenes, progresó a los pictógrafos o viñetas autoexplicativas, pasó a las unidades fonéticas y finalmente al alfabeto, que R.L. Gregory llama acertadamente, en *The intelligent eye*, “la matemática del significado”. Cada nuevo paso adelante fue, sin duda, un progreso hacia una comunicación

Retomando los elementos que forman parte de la comunicación, y trasladándolos al acto comunicativo visual, obtenemos dos aspectos fundamentales: uno funciona a nivel descriptivo, objetivo, en el que encontramos elementos de su lenguaje específico o semántico, como son las formas, el color, la textura, etc. y otro aspecto a nivel subjetivo o semiológico, donde los elementos, por la relación entre ellos, adquieren su significado. Es en este último nivel donde centramos el valor fundamental de la comunicación visual, pues, dentro de las relaciones entre comunicantes, de su cultura, de sus experiencias, es donde se producirá el auténtico mensaje. La herramienta necesaria para que este mecanismo se ponga en marcha es la retórica visual, tomada como ya mencionamos del lenguaje escrito.

Podemos definir, siguiendo el esquema de la comunicación y retomando las consideraciones de Martín Serrano que afirma que las relaciones comunicativas están íntimamente unidas a las relaciones humanas, los elementos que intervendrían en la comunicación visual como, la capacidad biológica y cultural de algunos seres vivos para relacionarse mutuamente mediante el intercambio de información visual.

Para Bruno Munari, comunicación visual es todo aquello que ven nuestros ojos, imágenes que tienen un valor distinto según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes.

## Orígenes de la retórica visual

La retórica nace dentro del campo de la política, con una inclinación clara para el debate de los asuntos públicos, y posteriormente se extiende a diversos ámbitos como el jurídico, el educativo, el religioso y el literario. Cicerón considerará a la retórica como arte complementario de la filosofía, introduciendo como finalidad la máxima de enseñar, conmover y deleitar.

La retórica, desde sus inicios en la antigüedad clásica, ha estado siempre relacionada con la palabra y su traslación al campo de la imagen ha sido motivo de estudio por varios autores. Con la nueva retórica, de la mano de Roland Barthes, Jacques Durand y el Grupo  $\mu$ , el objetivo será crear una semiótica de los discursos, trasladando los conceptos del discurso hablado o escrito al terreno de la imagen. Se apoyarán en la publicidad, disciplina en la que tanto el texto como la imagen tienen una gran importancia y contribuyen por igual en la creación del mensaje y por tanto en la relación con el receptor.

De entre las definiciones que se han sucedido a lo largo de los años, cabe destacar que todas ellas comparten la idea de que a través de la retórica se aplican técnicas persuasivas, y en este juego debe entrar el espectador para ser capaz de discernir entre lo que es verdad y los que es fingido.

Fue Barthes, quien en su artículo de 1964, publicado en el número 4 de la revista *Communications*, analizando una imagen publicitaria, estableció los fundamentos de la retórica visual. Barthes se centró en la importancia de la parte lingüística del mensaje, y por tanto el mayor interés deriva en especificar una serie de supuestas connotaciones tanto en el texto como en la imagen. A partir de este ensayo, se muestra la idea de que una imagen, puede necesitar un mensaje verbal que fije el sentido (“anclaje”).

Tanto en el mensaje verbal como en el icónico, Barthes distingue lo que llama mensaje denotado y mensaje connotado. Como observa Jean Marie Floch en 1978 en su ensayo “Roland Barthes. *Sémiotique de l'image*”, (citado en *The internet semiotics encyclopedia* de Göran Sonesson) éste identifica la oposición entre denotación y connotación en tres órdenes: codificado frente a no codificado, perceptivo frente a cultural y literal frente a simbólico. De los dos mensajes icónicos, el primero está de algún modo impreso sobre el segundo: el mensaje literal aparece como soporte del mensaje no codificado. La imagen literal

es una imagen denotada y la simbólica, connotada. El espectador recibe a la vez el mensaje perceptivo y el cultural.

Toda imagen puede dar lugar a distintas interpretaciones, y esto obliga al receptor a elegir unos significados frente a otros, por ello Barthes estableció las funciones de anclaje y relevo del mensaje icónico mediante la palabra que ayudase a identificar los elementos de una imagen y la imagen en sí misma. A pesar de que Barthes habla del mensaje literal y el mensaje simbólico, es consciente de que no existe una imagen literal o denotativa en estado puro y de todas las imágenes considera la fotografía la más capacitada para transmitir información literal.

Jacques Durand tomó de nuevo la imagen publicitaria para continuar los estudios sobre retórica, haciendo un estudio más detallado entre las operaciones retóricas y las relaciones entre el contenido y la forma y dando lugar a un extenso inventario de figuras retóricas.

## Función de la retórica

La retórica pone en juego dos niveles de lenguaje: el lenguaje propio y el lenguaje figurado. Es decir en todo acto comunicativo hacemos referencia a un significante, lo literal, objetivo y por otro lado al significado, lo simbólico, lo subjetivo, y ambos referentes van unidos y será mediante el “*punctum*”, definido por Barthes, por lo que pasamos de una lectura simple a otra figurada gracias al uso de las distintas figuras retóricas que podemos clasificar según dos dimensiones:

1. Según la naturaleza de su operación:
  - a. Adjunción: se añaden uno o varios elementos a la proposición
  - b. Supresión: se quitan uno o varios elementos a la proposición
  - c. Sustitución: se trata de una supresión seguida de una adjunción
  - d. Intercambio: se trata de dos sustituciones recíprocas en la que se permutan dos elementos de la proposición
2. Según la naturaleza de la relación a los otros elementos:
  - a. Identidad: elementos de la proposición que pertenecen a un mismo conjunto de imagen/palabras constituido por un solo término
  - b. Similitud: elementos de la proposición que pertenecen a un mismo conjunto de imagen/palabras de un solo término o a un paradigma que incluye otros términos
  - c. Oposición: elementos de la proposición que pertenecen a mismo conjunto de imagen/palabras distintos
  - d. Diferencia: elementos de la proposición que pertenecen a un mismo conjunto de imagen/palabras que comprende otros términos

El análisis de las figuras retóricas nos indicará cuáles son los elementos constituyentes y cuáles son las relaciones entre ellos. Estos elementos no son sólo el conjunto de unidades de significación que están contenidas en la proposición, sino también aquellas que se han utilizado conscientemente en la creación del mensaje en su juego retórico. La división más simple incluye dos elementos: forma y contenido.

Definición retórica visual: tomada de la definición de la RAE: retórica.

(Del lat. *rhētorīca*, y este del gr. *ῥητορικ*).

1. f. Arte de bien decir, de dar al lenguaje (escrito o hablado) visual eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover.

## Cuadro de figuras retóricas

Entre las distintas taxonomías de figuras retóricas procedentes del lenguaje verbal aplicadas al lenguaje visual, presentaremos un cuadro que intenta abarcar desde las primeras sugerencias establecidas por Barthes en 1964, desarrolladas como catálogo por Durand en 1970, pasando por las propuestas por Millum (1975, citado en Göran Sonesson, “Methods and models in pictorial semiotics”, 1988) referidas a las figuras tradicionales de la retórica, hasta las propuestas en el artículo del Grupo  $\mu$  de 1976 con sus reflexiones acerca de las diferencias entre la palabra y la imagen.

FIGURAS RETÓRICAS					
RELACIÓN Entre elementos variantes		Adjunción	Supresión	Sustitución	Intercambio
1. Identidad					
		Anáfora/ Repetición Gradación Reduplicación	Zeugma	Hipérbole	Prolepsis
2 Similitud					
	de forma	Aliteración	Polisíndeton	Alusión	Hendíadis Circunlocución/ Perífrasis
	de contenido	Símil/Comparación Pleonasmo	Lítopes/Atenuación	Metáfora Alegoría	Antonomasia Sinonimia Epanadiplosis
3- Diferencia					
		Derivación	Suspensión	Metonimia Sinécdoque	Asíndeton
4- Oposición					
	de forma	Calambur o Paronomasia	Dubitación	Antífrasis	Concatenación
	de contenido	Antítesis	Reticencia	Antífrasis	Quiasmo
5- Falsas homología					
	doble sentido	Sinestesia Silepsis	Tautología	Retruécano Ironía	Anadiplosis
	paradojas	Paradoja	Preterición	Oxímoron	Prosopopeya


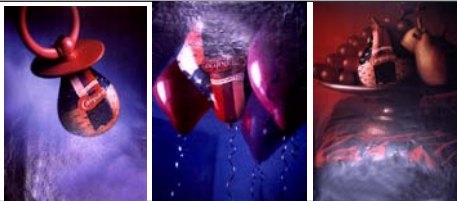

Pasamos a explicar las distintas figuras y sus funciones, para posteriormente mostrar algunos ejemplos de imágenes tanto publicitarias como artísticas en las que la retórica juega un papel importante, pues a través de ella, queda implícito un mensaje de violencia.









Figuras de adjunción	
<b>Anáfora/Repetición:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en repetir a propósito palabras o conceptos.	 <p>Andy Warhol, Mickey Mouse</p>
<b>Reduplicación:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en repetir consecutivamente un mismo vocablo en una cláusula o miembro del período.	 <p>René Magritte, Golconde</p>
<b>Gradación:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en juntar en el discurso palabras o frases que, con respecto a su significación, vayan como ascendiendo o descendiendo por grados, de modo que cada una de ellas exprese algo más o menos que la anterior.	
<b>Aliteración:</b> 1. f. <i>Ret.</i> Repetición notoria del mismo o de los mismos fonemas, sobre todo consonánticos, en una frase. 2. f. <i>Ret.</i> Figura que, mediante la repetición de fonemas, sobre todo consonánticos, contribuye a la estructura o expresividad del verso	
<b>Símil/Comparación:</b> <i>Ret.</i> Figura que consiste en comparar expresamente una cosa con otra, para dar idea viva y eficaz de una de ellas.	
<b>Pleonismo:</b> m. <i>Ret.</i> Figura de construcción, que consiste en emplear en la oración uno o más vocablos innecesarios para que tenga sentido completo, pero con los cuales se añade expresividad a lo dicho; p. ej., <i>lo vi con mis propios ojos</i> .	 <p>Escaparate Vinçon</p>
<b>Derivación:</b> f. <i>Ret.</i> Figura consistente en emplear en una cláusula dos o más voces de un mismo radical.	
<b>Calambur:</b> m. <i>Ret.</i> Agrupación de las sílabas de una o más palabras de tal manera que se altera totalmente el significado de estas; p. ej., <i>plátano es/plata no es</i> .	 <p>M. C. Escher, Manos dibujando</p>
<b>Paronomasia:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en colocar próximos en la frase dos vocablos semejantes en el sonido pero diferentes en el significado, como <i>puerta</i> y <i>puerto</i> ; <i>secreto de dos</i> y <i>secreto de Dios</i> .	
<b>Antítesis:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en contraponer una frase o una palabra a otra de significación contraria.	 <p>M. C. Escher, El día y la noche</p>






<p><b>Sinestesia:</b> f. Ret. Tropo que consiste en unir dos imágenes o sensaciones procedentes de diferentes dominios sensoriales. <i>Soledad sonora. Verde chillón.</i></p>	 Salvador Dalí, <i>Gala contemplando el Mediterráneo</i>
<p><b>Silepsis:</b> f. Ret. Tropo que consiste en usar a la vez una misma palabra en sentido recto o figurado.</p>	
<p><b>Paradoja:</b> f. Ret. Figura de pensamiento que consiste en emplear expresiones o frases que envuelven contradicción. <i>Mira al avaro, en sus riquezas, pobre.</i></p>	
<p align="center"><b>Figuras de supresión:</b></p>	
<p><b>Zeugma:</b> f. Ret. Figura de construcción, que consiste en que cuando una palabra que tiene conexión con dos o más miembros del período ésta expresa en uno de ellos, ha de sobrentenderse en los demás; p. ej., <i>Era de complexión recia, seco de carnes, enjuto de rostro, gran madrugador y amigo de la caza</i></p>	 Hockney
<p><b>Polisíndeton:</b> m. Ret. Figura que consiste en emplear repetidamente las conjunciones para dar fuerza o energía a la expresión de los conceptos.</p>	
<p><b>Lítotes/Atenuación:</b> Ret. Figura que consiste en no expresar todo lo que se quiere dar a entender, sin que por esto deje de ser bien comprendida la intención de quien habla. Se usa generalmente negando lo contrario de aquello que se quiere afirmar; p. ej., <i>No soy tan insensato. En esto no os alabo.</i></p>	
<p><b>Suspensión:</b> f. Ret. Figura que consiste en diferir, para avivar el interés del oyente o lector, la declaración del concepto a que va encaminado y en que ha de tener remate lo dicho anteriormente.</p>	
<p><b>Dubitación:</b> f. Ret. Figura que consiste en manifestar, la persona que habla, duda o perplejidad acerca de lo que debe decir o hacer.</p>	<p>Anuncios en los que se hace escoger al posible cliente entre dos productos</p> 



<p><b>Reticencia:</b> f. Ret. Figura que consiste en dejar incompleta una frase o no acabar de aclarar una especie, dando, sin embargo, a entender el sentido de lo que no se dice, y a veces más de lo que se calla.</p>	
<p><b>Tautología:</b> f. Ret. Repetición de un mismo pensamiento expresado de distintas maneras.</p>	
<p><b>Preterición:</b> f. Ret. Figura que consiste en aparentar que se quiere omitir o pasar por alto aquello mismo que se dice.</p>	

Figuras de sustitución:	
<p><b>Hipérbole:</b> f. Ret. Figura que consiste en aumentar o disminuir excesivamente aquello de que se habla.</p>	 <p>Claes Oldenburg</p>
<p><b>Alusión:</b> f. Ret. Figura que consiste en aludir a alguien o algo.</p>	
<p><b>Metáfora:</b> f. Ret. Tropo que consiste en trasladar el sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de una comparación tácita; p. ej., <i>Las perlas del rocío</i>. <i>La primavera de la vida</i>. <i>Refrenar las pasiones</i>.</p>	
<p><b>Alegoría:</b> f. Ret. Figura que consiste en hacer patentes en el discurso, por medio de varias metáforas consecutivas, un sentido recto y otro figurado, ambos completos, a fin de dar a entender una cosa expresando otra diferente.</p>	
<p><b>Metonimia:</b> f. Ret. Tropo que consiste en designar algo con el nombre de otra cosa tomando el efecto por la causa o viceversa, el autor por sus obras, el signo por la cosa significada, etc.; p. ej., <i>las canas por la vejez</i>; <i>leer a Virgilio</i>, por <i>leer las obras de Virgilio</i>; <i>el laurel por la gloria</i>, etc.</p>	 <p>Miralda, <i>La lengua de las lenguas</i>.</p>
<p><b>Sinécdoque:</b> f. Ret. Tropo que consiste en extender, restringir o alterar de algún modo la significación de las palabras, para designar un todo con el nombre de una de sus partes, o viceversa; un género con el de una especie, o al contrario; una cosa con el de la materia de que está formada, etc.</p>	 <p>Van Gogh, <i>Los lirios</i> El género de las orquídeas o de flores, por los lirios</p>

<b>Antífrasis:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en designar personas o cosas con voces que signifiquen lo contrario de lo que se debiera decir	
<b>Antífrasis:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en designar personas o cosas con voces que signifiquen lo contrario de lo que se debiera decir	
<b>Retruécano:</b> m. <i>Ret.</i> Figura que consiste en aquella inversión de términos de una proposición en otra subsiguiente para que el sentido de esta última forme contraste o antítesis con la anterior.	 Casas absurdas en su construcción (estética en contradicción con la función)
<b>Ironía:</b> f. Figura retórica que consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice.	 Piero Manzoni. Merde d'artiste
<b>Oxímoron:</b> m. <i>Ret.</i> Combinación en una misma estructura sintáctica de dos palabras o expresiones de significado opuesto, que originan un nuevo sentido; p. ej., <i>un silencio atronador</i> .	
<b>Figuras de intercambio:</b>	
<b>Prolepsis:</b> f. <i>Ret.</i> Figura de dicción en que anticipa el autor la objeción que pudiera hacerse	
<b>Hendiadís:</b> f. <i>Ret.</i> Figura por la cual se expresa un solo concepto con dos nombres coordinados.	 del arte  del cine.
<b>Circunlocución o Perífrasis:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en expresar por medio de un rodeo de palabras algo que hubiera podido decirse con menos o con una sola, pero no tan bella, enérgica o hábilmente.	
<b>Antonomasia:</b> f. <i>Ret.</i> Sinécdoque que consiste en poner el nombre apelativo por el propio, o el propio por el apelativo; p. ej., <i>el Apóstol</i> , por <i>San Pablo</i> ; <i>un Nerón</i> , por <i>un hombre cruel</i> .	
<b>Epanadiplosis:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en repetir al fin de una cláusula o frase el mismo vocablo con que empieza.	 Cindy Sherman
<b>Sinonimia:</b> f. <i>Ret.</i> Figura que consiste en usar intencionadamente voces sinónimas o de significación semejante, para amplificar o reforzar la expresión de un concepto.	

<b>Asíndeton:</b> m. Ret. Figura que consiste en omitir las conjunciones para dar viveza o energía al concepto.	
<b>Quiasmo:</b> m. Ret. Figura de dicción que consiste en presentar en órdenes inversos los miembros de dos secuencias; p. ej., <i>Cuando quiero llorar no lloro, y a veces lloro sin querer.</i>	
<b>Concatenación:</b> f. Ret. Figura consistente en emplear al principio de dos o más cláusulas o miembros del período la última voz del miembro o cláusula inmediatamente anterior.	
<b>Anadiplosis:</b> f. Ret. Figura que consiste en repetir al final de un verso, o de una cláusula, y al principio del siguiente, un mismo vocablo.	 M. C. Escher
<b>Prosopopeya:</b> f. Ret. Figura que consiste en atribuir a las cosas inanimadas o abstractas, acciones y cualidades propias de seres animados, o a los seres irracionales las del hombre.	

## Imágenes, retórica y violencia

Como podemos observar, son muchas las imágenes que podemos encontrar relacionadas con las distintas figuras retóricas, pero según el tema que nos ocupa relacionado con la violencia, analizaremos algunos casos en los que ciertas figuras acompañan y refuerzan ese concepto, dando al significado final mayor énfasis.



Comenzaremos hablando de la campaña publicitaria de la marca Nolita que causó gran impacto, al aparecer en las calles de las principales ciudades italianas y en una doble página del diario *La Republica*, coincidiendo además con la Semana de Moda de Milán. En ella queda fotografiada una mujer anoréxica que con su imagen promociona esta marca de ropa.

La mujer que aparece desnuda, Isabelle Caro, modelo francesa de 27 años, sufrió esa enfermedad durante 15 años y en el momento de la fotografía pesaba 31 kilogramos. El fotógrafo encargado de tomar la fotografía es el conocido y polémico Oliviero Toscani, conocido por los trabajos para Benetton.



Todas sus imágenes han sido polémicas, tocando temas de gran impacto social, muchos de ellos relacionados con un tipo de violencia tanto física como psicológica, capaz de remover conciencias. Ha hecho fotos a enfermos de sida, a niños con armas, a sentenciados a muerte, ya ha dicho en alguna ocasión que si pudiese retratar al Papa lo haría dando la comunión con la píldora a una fila de mujeres.

Volviendo al anuncio de Nolita, a pesar de las dudas de ciertas personas hacia su eficacia, la modelo protagonista afirma que confía en que estas imágenes sirvan para concienciar y hacer reaccionar a jóvenes que estén en esta situación y se den cuenta de los peligros que conlleva.

Dos figuras retóricas son las utilizadas en este anuncio para transmitir un mensaje que crea polémica y destapa reacciones. Por un lado el tamaño propio de la valla publicitaria, de forma exagerada hace que la hipóbole, el tamaño exagerado de la figura femenina demacrada, refuerce e impacte en el transeúnte. Y por otro, una confusión creada por la tipografía empleada en el anuncio, hace que las palabras “No-anorexia” puedan interpretarse como una negación o una afirmación provocando así la diferencia entre los que piensan que este tipo de mensajes pueden colaborar y aquellos que, por el contrario, consideran que no calará en las mentes de las chicas que tienen esta enfermedad; esta figura puede estar relacionada con la lítotes o con la antítesis.

Cabe destacar que esta campaña publicitaria ha sido apoyada el Gobierno italiano, la Federación de la Moda y la asociación Alta Moda un manifiesto anti-anorexia en contra de esta enfermedad, y con el beneplácito del Ministerio de Sanidad italiano, a fin de promocionar otro tipo de modelos de belleza, mucho más saludables, sin tener que resaltar la extraña belleza de esa delgadez extrema. La intención es mostrar una modelo sana, generosa y de belleza mediterránea prohibiendo a su vez que chicas de menos de 16 años desfilen y obligando a aquellas que lo hagan a presentar un certificado médico confirmando que no sufren ningún trastorno alimenticio.

Un tema controvertido en estos días por la importancia que desde la moda y el cine están dando a la perfección de los cuerpos, siguiendo unos cánones de belleza cada vez más exigentes y a la que muy pocos pueden optar, dejando por el camino muchas mujeres y hombres enfermos y sujetos a la esclavitud de la apariencia.

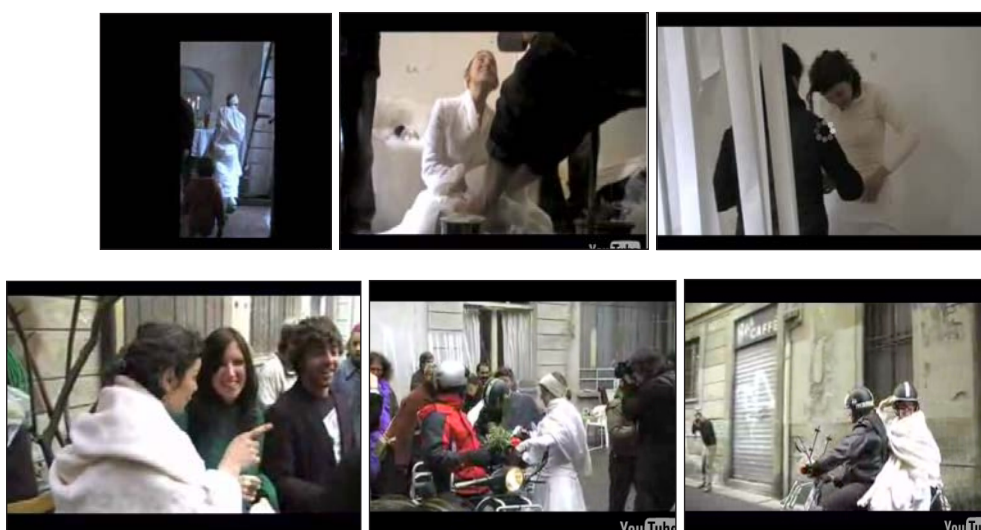
El diseñador Giorgio Armani opinó, por su parte, que “estas campañas con imágenes tan duras y de tanta crudeza son justas y oportunas”.

Luisa Bertoncetto, directora ejecutiva de Flash&Partners, empresa encargada de la campaña publicitaria, confesó que ella también se quedó impactada al ver las fotos, pero continuó adelante porque consideraba que ayuda a destapar la hipocresía del mundo de la moda. “Si alguien que piense no hay problemas con algunas de las modelos que trabajan para esta industria, entonces es que está ciego”, dijo a The Wall Street Journal.





Continuamos el recorrido con un ejemplo de una artista italiana: Giuseppina Pasqualino di Maroneo, alias *Pippa Bacca*, que siempre iba vestida de verde, su color favorito y que según dicen derrochaba candidez y optimismo a raudales. Trabajaba como cualquier chica de su edad, pero lo que realmente le gustaba era dar rienda suelta a su creatividad como artista. Siempre consideró el planeta como un lugar maravilloso y confiaba en sus gentes. Sobrina de Piero Manzoni, famoso provocador, que en 1960 envasó excrementos en latas para venderlas a precio de oro, llevaba el arte en los genes. *Pippa* gestó en el sótano de su casa lo que sería su último proyecto artístico, una performance denominada “Brides on tour”: decidió que en nombre de la paz recorrería varios países que habían sido escenario de conflictos bélicos, vestida de novia, trajes blancos inmaculados, desplazándose en autostop. La artista Silvia Moro le acompañaría en su recorrido, aunque ésta se separaría en Estambul para reencontrarse más adelante en Beirut. Antes de partir aseguró que quería demostrar que “cuando uno confía en los demás, recibe sólo cosas buenas”.



(Imágenes tomadas de: <http://es.youtube.com/watch?v=hnROd-9JJdY>)

El recorrido a dedo, comenzaría en Milán, atravesarían los Balcanes y recorrerían todo Oriente Medio hasta llegar a Jerusalén, vestidas de novias, como metáfora de un matrimonio con la tierra y con la paz, color blanco también metáfora de la pureza, la paz y la feminidad. Los vestidos quedarían después como vestigio de ese mensaje metafórico de buena fe plasmando el recorrido de las dos artistas. Ella mismo dejó dicho en la página web de la performance (<http://bridesontour.fotoup.net>): “los trajes de novia, las únicas prendas que vestiremos, perderán inevitablemente su candor para enriquecerse y convertirse en soporte y testimonio, en diario narrado de los restos dejados por la materia en los lugares atravesados, de las cosas recogidas a lo largo del camino, de los remiendos o bordados realizados por las mujeres locales”. Así mismo consideraba que “el traje era una metáfora del encuentro con el otro, la unión y la búsqueda de la parte femenina positiva, de la mujer como fuente de vida, estabilidad y sensatez.” Aliteración también de su mensaje al ir añadiendo prendas, bordados o aportaciones de las mujeres que encontrarían en su camino, para al final del viaje, enriquecer esa necesidad de mostrar la buena voluntad de los pueblos y sus personas.

Pero este mundo que *Pippa* soñaba se truncó para ella a los 33 años de edad, ya que su cuerpo apareció sin vida en Gebze, localidad a unos 60 kilómetros de Estambul; el último hombre que la cogió en autostop la violó y estranguló.

En esta acción que llevó a cabo esta artista, reforzada por la utilización de la metáfora como figura esencial en la transmisión de su mensaje, demostró al final que no existe gente buena, que la violencia

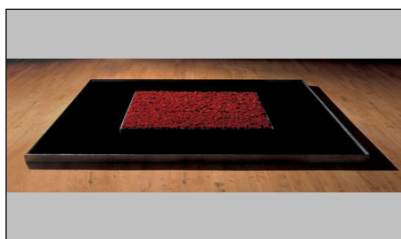
sigue presente en los pueblos, en las personas, que la mujer sigue siendo diana de la violencia de género. Intentar transmitir la paz entre los pueblos le condujo a la muerte. Su obra viviente de arte, su performance, su ingenuidad, se ha convertido en una ironía cruel, en un sarcasmo monstruoso que casi hace tambalearse la razón.



Untitled (Nagasaki, 1945), 2003, Carboncillo sobre papel,  
213,3 x 175,2 cm



Untitled (february), 2003



Días de bombas y rosas



Untitled (Bikini Atollon - Baker 1946), 2003

En la muestra “*Laocoonte devorado. Arte y violencia política*” se podía encontrar la escultura de Robert Longo “Oil and Roses”, metáfora de todos los holocaustos. En esta exposición los artistas exponen un punto de vista, una opinión que tratadas con un lenguaje artístico, mediante el uso de diferentes figuras, como la ironía, la metáfora, la antilogía, se posibilita un acercamiento de temas candentes en la sociedad. En este caso Robert trabaja con la asociación de ideas, la contraposición de conceptos, la pesadilla de la guerra y naturaleza como recreación por parte del ser humano.

Una serie de dibujos alrededor de la solitaria escultura a ras de suelo, haciendo referencia a la relación y las alusiones que surgen de las dos imágenes paradigmáticas: la bomba atómica, bombas atómicas estallando con pseudónimos de mujer y las rosas hiperrealistas con nombres de calendario. Las rosas son imágenes antagónicas, desafiantes y eróticas, dibujadas con una intención de dureza por parte del autor, mientras que las bombas tienen en su ejecución una búsqueda de estilo romántico, de paisaje atmosférico. Para Longo esta yuxtaposición “captura el cisma existente entre la naturaleza creada por el Hombre y la verdadera Naturaleza”.

El efecto de los pétalos de rosas flotando sobre el aceite como sustituto del petróleo crea una sencillez en el ambiente, susurra un testimonio casi silencioso al saber que éstos morirán y se marchitarán, perderán su belleza, mientras el petróleo, elemento tan codiciado y por el que se disputan los países y se provocan guerras, permanecerá indefinidamente. Éste es el mayor contrapunto de la obra de Longo; Oposición, antítesis, figuras que contribuyen a que su mensaje sea transmitido con una fuerza espectacular, que consiguen que el espectador se quede a observar los hongos con una belleza seductora y una vez interiorizada, su efecto corrosivo persista, como la radiación que provocan en la realidad.

En palabras de Longo “las bombas son elementos que pueden llevarnos a nuestra desaparición. Es terrorífico”. El miedo está omnipresente en su obra, un miedo psíquico al que nos molestamos en darle vida, violencia que nos persigue en un camino, aparentemente, sin fin, y las imágenes que maneja pueden



confundirse, en el caso de las bombas, con efectos meteorológicos, como ya los confundieron sus hijos; alusión, préstamo de otros ámbitos que nos confunden y nos atraen.

Rosas escogidas en un color rojo, metáfora de la pasión y metonimia de la sangre, que el artista escogió para reforzar el latido del corazón, conjunto de elementos que nos hacen reflexionar sobre el poder de los medios de comunicación de masas, sobre lo masculino y lo femenino, el arma y la flor, y a fin de cuentas, lucha por el codiciado el poder.



Y por último, trataremos una imagen de una publicidad aparecida en un periódico de distribución gratuita en Zurich, Suiza. Aparentemente y en una primera mirada todo parece indicar que la figura incluida en la caja es un muñeco de raza negra con el que podríamos jugar. Si nos detenemos un instante, podemos leer el nombre del muñeco, “Trabajador esclavo” lo que nos hace detenernos en el mensaje. Mediante el préstamo nos pareció que se trataba de un juguete, pero con el refuerzo del texto, nos percatamos que está tratando un tema más preocupante. Si profundizamos leemos otros títulos como “trabaja sin salario”, “duerme encadenado”, “no se escapa nunca” y como mensaje resaltado dice “rentabilidad imbatible”, es decir encontramos ante nosotros una oferta que parece irresistible, pero ante la que debemos reflexionar. Metáfora y alusión a un problema que aún en el siglo veintiuno sigue presente en muchos lugares del mundo como es la esclavitud, y violencia aún mayor aquél que mediante el silencio consiente o evita que esto ocurra.

De ahí que esta organización, apoyada tanto por la iglesia católica como la protestante lancen un mensaje para colaborar a frenar esta violencia silenciosa que perdura y que hace que miles de niños trabajen como esclavos, olvidando así su niñez y su tiempo de juego. Prolepsis también, pues ante esta aparentemente inocente figura, nos anticipa ese final, que si no evitamos, hará de los niños, adultos esclavos, personas que no podrán reaccionar ante la violencia vivida.

## Conclusión

La comunicación visual forma parte de nuestro día a día y en el mundo que nos ocupa, mayoritariamente visual, debemos ser conscientes de los recursos que se manejan y de la importancia de la dimensión pragmática del uso del lenguaje visual, aquél que nos relaciona con nuestro entorno social y cultural, y que refuerza el significado del mensaje.

Estos son sólo algunos de los ejemplos que ilustran cómo se emplean las figuras retóricas en la construcción de los mensajes, y en el caso que nos ocupa, se utilizan para hacer patente una violencia presente

en nuestras vidas, no siempre física, no sólo psicológica, no sólo distante o aparentemente ausente, sino también silenciosa.

Hemos analizado todas las figuras retóricas, sus relaciones, sus características, y gracias a un mejor conocimiento de ellas podremos construir e interpretar mejor los mensajes que están a la vista, en campos tanto publicitarios como artísticos.

## BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, R.: *Réthorique de l'Image*. Communications, 4, 1964. pp 40-51
- BONNICI, P: Lenguaje visual. La cara oculta de la comunicación. Barcelona: Index Books. 1982
- DONDIS, D.: *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili. 2000. p 11
- DURAND, J.: *Réthorique et image publicitaire* en Communications, 15. 1970
- FLOCH, J.M.: “Roland Barthes. Sémiotique de l'image” en Bulletin du Groupe de recherches sémio-linguistiques. N°4 1978– pp 27-32
- GARCÍA, R.: *Crítica de la teoría de sistemas*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. 1979
- MARTÍN, M. y otros: *Teoría de la comunicación*. Madrid: Alberto Corazón. 1982.
- PALACIOS, I.: “La sociedad de la información”, Punto y coma nº8. 1987
- LEROI-GOUHRAN, A.: *Le geste et la parole: technique et langage*. Paris: Albin Michel, D.L. 1970.
- MUNARI, B.: *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili. 2000. p. 79
- SONESSON, G. 2007: <http://www.arthist.lu.se/kultsem/encyclo/rethorique.html>  
<http://www.multiculturas.com/retorica/>  
<http://www.elmundo.es/suplementos/cronica/2008/653/1208642403.html>  
<http://www.pippabacca.it/>